



## Các chuỗi cung cấp bền vững – Các điểm điển cứu

### Điểm điển cứu 1: Aurinkomatkat

**Aurinkomatkat**, công ty điều hành tour ra nước ngoài của Phần Lan bắt đầu tổng hợp những đo đạc về tính bền vững với những hệ thống chuỗi cung cấp của nó vào năm 2000. Công ty đã phát triển các tiêu chí bền vững cho các khách sạn liên kết với những ưu tiên dành cho **việc quản lý nước** và **tiết kiệm năng lượng**.

Những tiêu chí thấp nhất đã được hình thành cho các khách sạn liên kết bao gồm việc liên kết với các hệ thống xử lý nước thải và những đo đạc về việc tiết kiệm năng lượng và nước. Chương trình bền vững được thực hiện theo nhiều giai đoạn để cho phép các khách sạn liên kết **một giai đoạn chuyển đổi** để đạt được những đòi hỏi của chương trình và tìm hiểu thêm những gì được mong đợi trong tương lai.

Giai đoạn đầu tiên bao gồm việc **giám sát** các thể hiện về môi trường, nhưng không đòi hỏi các nhà cung cấp nơi lưu trú thực tế phải đạt được tất cả những đòi hỏi. Việc giám sát đầu tiên được thực hiện thông qua một danh sách kiểm tra các nhà đại diện của các phương tiện phải hoàn chỉnh và được sự kiểm tra của cán bộ của Aurinkomatkat tại các điểm du lịch và được thay đổi theo hằng năm. Tất cả các nhân viên của Aurinkomatkat đều được huấn luyện về du lịch bền vững thông qua các bài giảng và những buổi thảo luận bàn tròn. Việc huấn luyện được liên tục thông qua các buổi thảo luận, các trang web, bản tin về du lịch bền vững và những tập thông tin. Những kết quả của chương trình là tích cực và một số nhà quản lý khách sạn đã cung cấp những thông tin về những thực hiện môi trường của họ trước khi được yêu cầu thực hiện. Aurinkomatkat thông báo những nhà cung cấp của mình về chương trình này và cách để thực hiện theo các tiêu chí bền vững thông qua thư và các cuộc viếng thăm của nhân viên phụ thuộc vào từng điểm du lịch. Do có nhiều nơi lưu trú được thực hiện theo mô hình công ty gia đình, nên các chương trình môi trường và những tiêu chuẩn của nó được biên dịch sang những ngôn ngữ của các điểm du lịch.

Để cung cấp những khuyến khích các đối tác cải thiện việc thực hiện môi trường, Aurinkomatkat tạo ra một **hệ thống phân loại tính bền vững**. Hệ thống phân loại này sẽ xuất hiện sớm bên cạnh việc phân loại chất lượng truyền thống trong các tờ rơi, trang web và các ấn phẩm quảng cáo của Aurinkomatkat. Hệ thống phân loại này được dựa trên thang điểm 100. Bằng cách đạt được những tiêu chí thấp nhất trong việc liên kết với các hệ thống xử lý nước thải và đo đạc về tiết kiệm nhiên liệu và nước, các phương tiện có thể ghi được 30 điểm được tính vào trong chương trình bền vững. Những điểm phụ khác được tính cho việc có các chính sách bền vững hoặc môi trường, phát triển hệ thống quản lý chất thải hiệu quả, sử dụng các nguồn năng lượng có thể tái tạo được, thực hiện chính sách mua sắm bền vững và có những chương trình giao lưu với cộng



đồng. Các khách sạn có thể nhận được đến 3 sao cho các thực hiện về môi trường. Nếu có những phản hồi tiêu cực từ khách hàng hoặc nếu có các vấn đề nảy sinh mà liên quan đến các tiêu chí, thì khách sạn có thể sẽ bị hạ cấp phân loại về môi trường.

Nếu chỉ xem xét về việc liên kết các tiêu chí môi trường vào trong các hợp đồng với các khách sạn, thì có thể làm tăng lên tính rủi ro đánh mất tính bền vững về các mặt như kinh tế và văn hoá- xã hội, Aurinkomatkat cũng phối hợp các **chỉ số về tính bền vững về kinh tế và văn hoá – xã hội** vào trong chương trình này. Các tiêu chí cũng chỉ ra rằng một khách sạn có 800 phòng thì có phạm vi tác động khác với một khách sạn nhỏ có 6 phòng và những nguồn lợi đi kèm với chúng là không tương thích. Một khu nghỉ mát đa quốc gia 5 sao với các chứng chỉ sinh thái thì không phải luôn luôn là “lựa chọn” tốt hơn so với những khách sạn được gia đình quản lý, nơi mà không có những chương trình về môi trường nhưng đã tuyển dụng những nhân viên của các gia đình xung quanh và giúp cho kinh tế địa phương bằng cách khuyến khích du khách mua thức ăn và những sản phẩm khác từ những quầy hàng địa phương. Vì thế, công ty cũng đã làm dễ hơn cho những tài sản nhỏ do gia đình sở hữu mà không thể đầu tư về các kỹ thuật môi trường để mở rộng như những khách sạn lớn hơn bằng cách cho thêm 5 điểm phụ cho những cơ sở lưu trú mô hình nhỏ do địa phương sở hữu. Điều này có nghĩa là các khách sạn do gia đình quản lý sử dụng những đo đạc về tiết kiệm năng lượng, nước và xử lý chất thải một cách phù hợp sẽ đạt được những đòi hỏi thấp nhất cho việc kết nạp vào chương trình bền vững. Việc đạt được sự phân loại về môi trường cao hơn sẽ đòi hỏi nhiều đầu tư hơn.

### **Điểm đến cứu 2: LTU Touristik**

Vào mùa hè 2000, **LTU Touristik**, một công ty điều hành tour của Đức đưa ra những tour trọn gói đến tất cả các châu lục, đã khai trương chiến dịch để giúp các khách sạn đã có hợp đồng để cải thiện các thực hiện về môi trường của họ. Chiến dịch này được dựa trên những kinh nghiệm của công ty với các khách sạn đã ký hợp đồng và cho biết rằng phần lớn các chủ khách sạn có cảm giác chung về trách nhiệm với môi trường, nhưng những đề xuất cần thiết cho việc làm thế nào để họ có thể thực hiện tốt được các hoạt động về môi trường. Để xác định những hỗ trợ cần thực hiện ở đâu, Phòng môi trường của công ty LTU Touristik đã làm việc với các nhà tư vấn để cung cấp các bảng câu hỏi với những khách sạn đã hợp đồng. Phòng cũng tổ chức các cuộc họp với nhân viên và các nhà quản lý khách sạn của một số điểm du lịch, cho phép họ tìm hiểu những bước đầu tiên về các hoạt động môi trường của khách sạn và các tác động về môi trường.

Như là trung tâm điểm của chiến dịch, công ty đã soạn thảo các sách hướng dẫn nhỏ, Das Umwelt freundliche Ferienhotel (Khách sạn thân hữu với môi trường) để cung cấp những hỗ trợ về kỹ thuật cho các khách sạn đã hợp đồng. Những chủ đề được soạn thảo trong sách hướng dẫn bao gồm nước uống, các vùng



ngoài trời, năng lượng, mua sắm, rác thải và giao tiếp – liên lạc. Mỗi một phần bao gồm các mô tả chung về các vấn đề và những đề xuất rõ ràng về các giải pháp để giải quyết các vấn đề này, được trình bày bằng cách diễn đạt đơn giản và thể hiện gần gũi với người sử dụng. Nó cũng chỉ ra thời gian cần thiết để thực hiện các hành động và những đầu tư đòi hỏi cũng như việc tiết kiệm các chi phí.

Sách hướng dẫn này chủ yếu dành cho các nhà quản lý khách sạn và những thành viên chịu trách nhiệm cho việc điều hành khách sạn. Sách này cũng đã được đưa đến tất cả các điểm du lịch trên toàn thế giới, những nơi mà công ty LTU Touristik thực hiện kinh doanh. Hiện tại đã có tái bản lần 3, sách dày 20 trang được xuất bản bằng tiếng Đức, Hy Lạp, Anh, Pháp, Ý và Tây Ban Nha. Trong năm 2002, có khoảng 15.000 quyển sách này đã được phân phát và một số công ty, khách sạn lớn đã đặt hàng sách này để sử dụng cho việc huấn luyện nhân viên hoặc tự in lại.

Bằng mọi cách có thể, sách này cũng được phân phát đến các nhà quản lý khách sạn tư nhân. Những hướng dẫn viên du lịch, những khách hàng và trưởng các văn phòng đại diện của các điểm du lịch đã cung cấp những sách hướng dẫn trong những chuyến tham quan định kỳ, đã giải thích về những mục tiêu của công ty LTU Touristik và đưa ra một số đề xuất ban đầu cho các hoạt động môi trường. Sau đó các trưởng đại diện báo cáo những hành động đầu tiên của các nhà quản lý khách sạn đến cho ban quản lý môi trường của LTU Touristik. Bên cạnh các sách hướng dẫn, các nhà quản lý khách sạn cũng nhận được những thư cá nhân và một bảng câu hỏi (1 trang) về những gì từ những sách này mà họ có thể áp dụng cho các hoạt động môi trường, họ có cần thêm những thông tin sâu hơn và những đo đạc về môi trường nào mà họ đã thực hiện. Gần 20% của tất cả công ty cung cấp khách sạn được hợp đồng đã có những phản hồi về công ty.

Nếu các nhà cung cấp nơi lưu trú cần những hỗ trợ cao hơn những hợp đồng đầu tiên này, công ty LTU Touristik cung cấp chúng thông qua Nhóm hỗ trợ kỹ thuật (gồm 2 cán bộ) của Phòng Môi trường của Công ty. Vì thế có thể đảm bảo những đối thoại liên tục với các khách sạn để cải thiện những thực hiện về môi trường của khách sạn. Các khoá huấn luyện cũng được cung cấp cho đối tác, các trưởng đại diện của các văn phòng và những hướng dẫn viên các tour và các nhà quản lý môi trường cũng thường xuyên cập nhật chúng cho những chiến dịch này. Các thông tin cũng được cung cấp về những dạng hỗ trợ kỹ thuật được mong đợi và làm thế nào để thực hiện những đánh giá không chính quy về các phương tiện du lịch. Trang web của công ty cũng cung cấp cho tất cả những nhân viên quan tâm về các thông tin chi tiết.

LTU Touristik nhận ra rằng việc chỉ dựa vào sách hướng dẫn cũng vẫn còn những hạn chế cơ bản rằng không có những cơ chế để cưỡng chế các hoạt động tình nguyện này hoặc chưa có những khuyến khích cho việc thực hiện của họ. Mục đích lâu dài của công ty là có thể biểu diễn được những lợi ích của các



hành động môi trường và để xây dựng được các tiêu chuẩn môi trường cho các khách sạn du lịch. Bước tiếp theo, LTU Touristik có kế hoạch tập trung các thông tin về các hành động môi trường được thực hiện bởi các khách sạn và báo cáo các kết quả của nó đến các khách sạn khác và cuối cùng là những khách hàng của nó.